

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Oliver Luksic, Frank Sitta,
Bernd Reuther, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP
– Drucksache 19/22375 –**

Ausgaben des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur für Öffentlichkeitsarbeit im Bundeshaushaltsjahr 2020

Vorbemerkung der Fragesteller

Um über seine Arbeit zu informieren, betreibt das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) Öffentlichkeitsarbeit. Zu diesem Zweck sind im Einzelplan 12, der das Budget des BMVI im Bundeshaushalt regelt, Haushaltsmittel bereitgestellt.

Im Jahr 2019 fand eine umfassende Restrukturierung der Öffentlichkeitsarbeit statt. Das damals gebildete „Neuigkeitenzimmer“ des BMVI pflegt die Öffentlichkeitsarbeit seitdem sowohl in klassischer Form über Zeitungen, TV und Radio als auch in den digitalen und sozialen Medien. Das selbst gesetzte Ziel ist dabei die Ermöglichung eines breiten Bürgerdialogs.

In den Bundeshaushaltsplänen der vergangenen Jahre wurde das Budget für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI deutlich erhöht. Allein im Bundeshaushalt 2019 fand eine Erhöhung um das circa 2,5-Fache des vorherigen Budgets statt. Gleichzeitig wurden Einsparungen an anderer Stelle und auch an Investitionstiteln vorgenommen. Die gestiegenen Kosten ergeben sich dabei nach Aussage des Bundesministeriums vor allem aus der verstärkten Aktivität in den digitalen und sozialen Medien.

1. Welche Leistungen werden durch die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI erbracht?

Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit werden sowohl durch das Referat L 23 „Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement“ wie auch durch das Neuigkeitenzimmer wahrgenommen.

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit führt das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) vielfältige Kommunikations- und Informationsmaßnahmen durch. Grundlage dafür ist der verfassungsgemäße Auftrag, der Öffentlichkeit die Politik, Maßnahmen und Vorhaben der Bundesregierung darzulegen und zu erläutern. Information und Aufklärung stehen dabei im Vordergrund.

Über das Neuigkeitenzimmer findet die Kommunikation mit Zeitungen, TV und Radio ebenso wie der digitale Dialog über die sozialen Medien statt.

2. Welche Haushaltsmittel wurden nach Kenntnis der Bundesregierung in den letzten vier Bundeshaushalten für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI bereitgestellt, und wie viele dieser Haushaltsmittel sind abgeflossen (bitte nach Jahren und Haushaltsmittel aufschlüsseln)?
3. Wie haben sich die bereitgestellten und die abgeflossenen Haushaltsmittel für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI in den letzten Bundeshaushalten verändert (bitte nach Jahren in absoluten Zahlen und prozentual sowohl insgesamt als auch von Jahr zu Jahr aufschlüsseln)?

Die Fragen 2 und 3 werden aufgrund Ihres Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die Haushaltsmittel für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI sind im Kapitel 1211 Titel 542 01 veranschlagt. In der folgenden Übersicht sind die Ansätze und die abgeflossenen Haushaltsmittel dargestellt:

Haushaltsjahr	Ansatz Titel 54201 Öffentlichkeitsarbeit in T Euro	Veränderung absolut in T Euro	Veränderung in %	Abgeflossene Haushaltsmittel in T Euro
2017	1.008	+ 0	+ 0	835
2018	1.008	+ 0	+ 0	714
2019	2.519	+ 1.511	+150	1.023
2020	2.519	+ 0	+ 0	bislang 948

Zu Erläuterung des Anstieges von 2018 auf 2019 wird auf die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/12972 verwiesen.

4. Welche Haushaltsmittel wurden nach Kenntnis der Bundesregierung für Personalstellen für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI bereitgestellt, wie viele Stellen bzw. Planstellen welcher jeweiligen Entgeltgruppen wurden dafür in welchen Organisationseinheiten geschaffen, und wie viele dieser Haushaltsmittel sind abgeflossen (bitte nach Jahren, Personalstellen und Organisationseinheit aufschlüsseln)?

Im Referat L 23 „Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement“ 6 Beschäftigte mit folgenden Besoldungs- bzw. Entgeltgruppen: 1 x A 16, 2 x A 15, 1 x E 11, 1 x A 9, 1 x A 8.

Insgesamt betragen die Jahresausgaben ca. 420 T Euro.

Das Neuigkeitenzimmer ist im September 2018 hervorgegangen aus den Referaten L 20 „Presse“ und L 23 (alt) „Neue Medien“. Der Personalbestand beider Referate betrug zu diesem Zeitpunkt 19 Beschäftigte.

Im Juni 2019 erfolgte eine Umorganisation. Es wurde in der Unterabteilung L 2 die „Gruppe Neuigkeitenzimmer“ eingerichtet. In dieser neuen Gruppe wurden die Referate L 20 „Strategisches Themenmanagement“ und L 21 „Strategisches Medienmanagement“ sowie die Newsroom-Manager zusammengefasst.

In der „Gruppe Neuigkeitenzimmer“ arbeiten derzeit 19 Beschäftigte: 2 x A 15, 2 x A 13 h, 6 x E 14, 1 x E 13, 1 x A 13 g, 1 x A 10, 1 x E 11, 1 x A 9 m, 1 x A 6 m, 2 x E 7 und 1 x E 6.

Die Jahresausgaben betragen insgesamt 1.150.000 Euro.

Verantwortet und geleitet werden die „Gruppe Neuigkeitenzimmer“, das Referat L 23 „Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungsmanagement“ sowie weitere Referate der Unterabteilung L 2 („Strategische Kommunikation“, „Bürgerservice/Besucherdienst“) von einem Beschäftigten der Besoldungsstufe B 6.

Im Übrigen wird auf die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/12972 verwiesen.

5. Welche Haushaltsmittel wurden nach Kenntnis der Bundesregierung für Sachmittel für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI bereitgestellt, welche Sachmittel wurden wofür erworben, und wie viele dieser Haushaltsmittel sind abgeflossen (bitte nach Jahren und Sachmitteln aufschlüsseln)?

Im Referat „Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement“ wurden in 2020 bisher keine Sachmittel für die Öffentlichkeitsarbeit erworben.

Für die „Gruppe Neuigkeitenzimmer“ wurden aus dem Kapitel 1211 Titel 542 01 in den Haushaltsjahren 2019 und in 2020 keine Sachmittel für die Öffentlichkeitsarbeit erworben. Aus dem Kapitel 1211 Titel 511 01 (Allgemeiner Geschäftsbedarf) wurden für Materialausstattung/Ersatzbeschaffung im Haushaltsjahr 2019 685 Euro und im Jahr 2020 bislang 12.141,22 Euro bezahlt.

Im Übrigen wird auf die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/12972 verwiesen.

6. Plant die Bundesregierung, einen weiteren Aufwuchs der Haushaltsmittel für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI im Bundeshaushalt 2021 bereitzustellen?

Die Bundesregierung plant 2021 keinen weiteren Aufwuchs der Haushaltsmittel für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI.

7. Wie bewertet die Bundesregierung die Auswirkungen der gestiegenen Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit des BMVI?

Die lebens- und alltagsnahen Themen des BMVI stehen täglich im Fokus der Öffentlichkeit. Das BMVI setzt die meisten investiven Projekte der Bundesregierung um. Zu der Vielzahl der bundesweiten Projekte gibt es zahlreiche Anfragen der Medien und Bürger. Das Neuigkeitenzimmer kommt mit seiner Arbeit dem nicht zuletzt durch die sozialen Medien stetig steigenden Informationsbedürfnis der Gesellschaft nach. Insofern sind die im vergangenen Jahr angepassten Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit angemessen. Das BMVI liegt mit der Höhe der Ausgaben im Vergleich zu anderen Ressorts der Bundesregierung im Mittelfeld.

8. Welche Dienstleistungen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMVI wurden in den vergangenen drei Jahren von externen Dienstleistern erbracht, und welche Kosten sind dadurch bisher entstanden (bitte nach Dienstleister, erbrachter Leistung und entstandenen Kosten sowie nach Jahren auflisten)?

Dienstleister	Leistung	2017	2018	2019
Init AG	Unterstützungsleistung bei der IT-Online-kommunikation	672.357,62 Euro	651.561,11 Euro	747.493,95 Euro
Scholz und Friends	Unterstützungsleistung bei der Öffentlichkeitsarbeit	112.502,73 Euro	24.966,47 Euro	0 Euro
Event Consult GmbH	Unterstützungsleistung bei der Öffentlichkeitsarbeit	12.208,12 Euro	22.335,32 Euro	23.955,62 Euro

9. Welche Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit hatten die dem BMVI nachgeordneten Behörden in den vergangenen vier Haushaltsjahren (bitte nach Behörde und Jahren aufschlüsseln)?

Die Abfrage im nachgeordneten Bereich hat folgende Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit ergeben:

Behörde	Gesamtausgaben in Euro			
	2016	2017	2018	2019
Bundesamt für den Güterverkehr	51.474,23	19.135,40	32.548,76	10.964,11
Kraftfahrtbundesamt	1.871,25	99,98	2.921,48	3.126,73
Bundesamt für Seeschifffahrt und Hydrographie	16.430,17	24.479,38	45.040,93	21.522,84
Bundesamt für Flugunfalluntersuchung	140,26	1.952,45	1.052,11	1.929,11
Bundesamt für Wasserbau	59.367,97	54.972,18	102.300,53	80.403,37
Havariekommando	39.509,24	43.528,00	12.341,09	11.031,60
Deutscher Wetterdienst	103.626,57	45.118,37	95.689,15	75.644,55
Fernstraßenbundesamt	0	0	0	50.204,99
Bundesstelle für Eisenbahnunfalluntersuchung	0	0	0	0
Generaldirektion Wasserstraßen und Schifffahrt	270.759,93	66.591,38	127.572,81	184.843,30
Bundesanstalt für Verwaltungsdienstleistungen	0	0	4.169,76	0
Bundesaufsichtsamt für Flugsicherung	0	42.519,93	14.907,02	18.289,68
Luftfahrtbundesamt	27.988,35	8.207,22	3.985,67	4.184,52
Bundesanstalt für Straßenwesen	156.829,94	184.634,29	104.297,27	154.296,10
Eisenbahn-Bundesamt	60.900,00	6.800,00	59.600,00	6.700,00
Bundesstelle für Seeunfalluntersuchung	0	861,44	452,82	916,77

10. Welche Leistungen wurden im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMVI für die folgenden Themen
- a) Infrastrukturabgabe,
 - b) StVO-Novelle (StVO = Straßenverkehrs-Ordnung),
 - c) Corona-Pandemie
- bisher im Jahr 2020 erbracht (bitte nach Kosten und Arbeitsstunden aufschlüsseln)?

Die Fragen 10 bis 10c werden gemeinsam beantwortet.

Die Kommunikation erfolgt durch die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Rahmen ihrer täglichen Arbeit. Es sind keine gesonderten Kosten entstanden. Arbeitsstunden werden nicht nach Themen erfasst.

11. Warum wurde die Seite „Maximal mögliche Transparenz bei der Pkw-Maut“ sowie die zugehörigen Unterseiten auf der Webseite des BMVI seit dem 19. Dezember 2019 nicht mehr aktualisiert (<https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/K/Maut/maximal-moegliche-transparenz.html?https=1>)?

Die transparente Aufarbeitung der Vorgänge zur Pkw-Maut ist seit dessen Einsetzung Gegenstand eines parlamentarischen Untersuchungsausschusses. Sämtliche Fragen werden dort aufgearbeitet und geklärt.

